

接地氣—— 捷運故宮藝文空間換裝實記

■ 黃正和

2020年1月初，捷運故宮藝文空間換了新裝，為臺北車站與士林站帶來新亮點，透過新媒體互動與貼近民眾需求的展示呈現，讓文物更近距離地走進民眾的生活裡。隨著疫情的解禁，歡迎民眾至現場體驗新裝魅力。在此，本文將整個換裝的緣由與展示內容一一敘述。

回眸舊裝

本院自2002年起與臺北捷運公司合作，於臺北車站、士林站建置捷運故宮藝文空間。（圖1）十幾年來的展示主題，包含特展與活動宣傳，以及複製文物展出；在展出形式上，自2010年起，於臺北車站展區加入大型燈片牆面（即多媒體牆）、士林站始以LED鏤空

紋飾牆結合燈片呈現。自此，開始了固定的空間規劃與展示形式（表一），合作案兩年續約一次。藝文空間不定期進行局部更新，在文化涵養的推動上，屢獲好評。而此次更換新裝，即以此2010～2019年的空間配置架構為基礎，進行全面改造更新。



圖1 捷運士林站的故宮藝文空間 作者攝

表一 2010 ~ 2019 年故宮藝文空間「空間配置架構與說明」

作者製表、攝影

地點	空間配置架構與說明										
<p>臺北車站</p>	<div data-bbox="468 325 1053 593" style="border: 1px solid black; padding: 10px; text-align: center;"> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 33%; padding: 5px;">形象牆</td> <td style="width: 33%; padding: 5px;">玻璃櫥窗 展示複製文物</td> <td style="width: 33%; padding: 5px;">多媒體牆</td> </tr> <tr> <td colspan="3" style="padding: 10px;"> <p style="color: blue; font-weight: bold;">→ 遊客動線方向</p> <p style="color: blue; font-weight: bold;">←</p> </td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">平櫃 展示複製文物</td> <td style="padding: 5px;">平櫃 展示複製文物</td> <td style="padding: 5px;">平櫃 展示複製文物</td> <td style="padding: 5px;">平櫃 展示複製文物</td> </tr> </table> </div> <p style="text-align: center;">實例 (2018 年)</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>形象牆</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>玻璃櫥窗</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>多媒體牆</p> </div> </div> <p>配置說明：臺北車站展區為一廊道空間，廊道兩側為展示區域，本院於此建置主題形象牆與手卷畫作多媒體牆，並透過玻璃櫥窗與平櫃，展出器物、書畫及冊頁等複製文物。</p>	形象牆	玻璃櫥窗 展示複製文物	多媒體牆	<p style="color: blue; font-weight: bold;">→ 遊客動線方向</p> <p style="color: blue; font-weight: bold;">←</p>			平櫃 展示複製文物	平櫃 展示複製文物	平櫃 展示複製文物	平櫃 展示複製文物
形象牆	玻璃櫥窗 展示複製文物	多媒體牆									
<p style="color: blue; font-weight: bold;">→ 遊客動線方向</p> <p style="color: blue; font-weight: bold;">←</p>											
平櫃 展示複製文物	平櫃 展示複製文物	平櫃 展示複製文物	平櫃 展示複製文物								
<p>士林站</p>	<div data-bbox="648 1034 872 1315" style="border: 1px solid black; padding: 10px; text-align: center;"> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 33%; padding: 5px;">燈片與紋飾牆</td> <td style="width: 33%; padding: 5px;">燈片與紋飾牆</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="padding: 5px;">電視與紋飾牆</td> </tr> </table> <p style="color: blue; font-weight: bold;">↑ 出站遊客動線方向</p> </div> <p style="text-align: center;">實例 (2018 年)</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>正面：電視與紋飾牆</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>兩側：燈片與紋飾牆</p> </div> </div> <p>配置說明：士林故宮藝文空間位於士林捷運站一號出口，遊客一出站即可看到藝文空間的主視覺牆面。主視覺牆面是由電視與紋飾牆組成，具有地標特色的宣傳效果。主視覺牆的兩側為故宮文物大型燈片與紋飾牆。</p>	燈片與紋飾牆	燈片與紋飾牆	電視與紋飾牆							
燈片與紋飾牆	燈片與紋飾牆										
電視與紋飾牆											

換裝緣由

「捷運藝文空間」位於公共空間內，廣義上歸屬於公共藝術範疇。公共藝術有其設置目的性，希望藉由藝術品的裝設，來美化公共運輸空間單調的氛圍。透過美感經驗的營造，增進冷漠車站的人文性與藝術性，這是我們普遍知道的事實。另外，潘彥均於〈臺灣公共藝術設置目的之探討〉一文中提到遠見民調中心做了一項調查：¹

約 86.5% 的市民認為公共藝術的功能或重要目的為「美化公共環境」、78.0% 認為是「成為當地的特色或地標」、71.0% 則認為能「讓市民了解在地歷史及精神」。而其中很有趣的一點是，教育程度較高的市民（高中以上），超過九成認為公共藝術的功能是「美化公共環境」。

就本院捷運藝文空間位置而言，設置於臺北車站及士林站。臺北車站是國內外旅客匯聚首要之站，士林站是士林地區著名景點的轉運站，皆為臺北重要交通樞紐。因此，其設置目的除了為該空間提昇人文美學素養外，也如上述研究調查所述，它肩負著傳遞在地特殊風情的任務。依此，士林站藝文空間的設置正符合此精神。綜上所述，從故宮角度來看，約略衍生出三項本院藝文空間的設置目的（或功能）。（表二）

士林站換裝緣由：為考量使用需求及強化設置目的

由上表可知，提供「故宮識別形象宣傳」與「故宮交通指引」是士林站藝文空間的設置主要目的。士林站簡潔抽象的紋飾設計，為遊客帶來穩重雅緻的視覺印象，但在故宮「品牌識別度」與「交通資訊」的傳達強度上，

有待提升加強之處，此一需求，可透過筆者的問卷調查得到印證。

筆者於 2019 年 9、10 月間，針對「士林捷運站故宮藝文空間指標與形象識別度」進行一項小規模的問卷調查，訪問對象為士林站一號出口之出站遊客，問卷有效樣本數為 20 份，問卷結果如下（表三）：

此問卷調查樣本數雖未充足，但仍有三項有用資訊可做為參考：

1. 有遊客認為往故宮的交通導引不夠清楚。
2. 第一次經過此站的往來遊客，有人竟不知迎面而立的電視牆面為故宮的展示空間。
3. 知道此為故宮展示空間的遊客，大多都是經由現場播放的影片與文物圖片得知，從大面積抽象紋飾得知的很少。

因此，「故宮形象識別度」與「故宮交通指引」的確成為改善之重點目標，希望藉此調整能為遊客帶來更優化的便利性，並強化藝文空間設置目的。

臺北車站換裝緣由：為增加互動強度與南院意象

臺北車站為國內外遊客匯聚之地，是展示形象的精華地點。根據觀察，途經此藝文空間的遊客，願意駐足觀賞展示（不論是影片或是複製文物）的遊客比例偏低。本院合作廠商於 2019 年 11 月某日早上 11:00 左右做了實地觀測，早上離峰時間，統計經過的遊客，在二十分鐘內，僅有一組遊客停下腳步欣賞觀望，這與我們的期待是有相當的落差。基於此，希望打破改變既有的形式，加入能有效引起遊客共鳴的裝置，期待遊客不只是匆匆經過，且能與展示內容有進一步的接觸。此外，亦有民眾建議，希望加入常態性的故

表二 本院捷運藝文空間設置目的

作者製表

	臺北車站	士林站
故宮識別形象宣傳	*	*
故宮交通指引（在地性）		*
文物教育推廣	*	*

表三 問卷調查內容與統計結果

作者製表

	題目	選項	結果
1	您路過此處目的為？	洽公／上學	11
		旅遊	5
		其他	4
2	請問您路過此地的頻率為？	第一次	3
		偶而	6
		經常	11
3	請問您知道這個電視牆是屬於故宮展示區嗎？	知道	16
		不知道（請跳過第四題）	4
4	請問您是如何知道這電視牆屬於故宮展示區？	由牆上花紋得知	16
		看電視影片內容得知	4
5	若您欲前往故宮參觀，請問您知道故宮公車轉乘處的位置嗎？	知道	16
		不知道（請跳過第六題）	4
6	請問您是怎麼知道故宮公車轉乘處的位置？	看到捷運站內告示	10
		問路人	2
		朋友帶路	2
		上網 google	6
7	若您是第一次要前往故宮，您覺得交通資訊的指標夠清楚嗎？	不知道出站要往哪裡去，指標不夠清楚	5
		普通	6
		有清楚的告示	9
8	您的年齡？	15～25 歲	6
		26～35 歲	4
		36～45 歲	3
		46～55 歲	3
		56～65 歲	0
		65 歲以上	4

宮南院圖像與資訊，能為國內觀光帶來宣傳效益。以上皆為臺北車站換裝更新的緣由。

綜上所述，再加上兩地藝文空間，已近10年未大幅度調整改變，多種因素促成此次故宮藝文空間全面更換新裝。

新裝亮相

一、捷運士林站

「故宮識別形象宣傳」與「故宮交通指引」是此次改造故宮藝文空間的兩大重點目標，改造內容分述如下：

(一) 提高形象識別

1. 增加文物集錦之數量——多寶格主題意象

士林站藝文空間舊有的牆面，是由文物燈片與抽象紋飾所組成，抽象紋飾佔了近一半之面積，故宮識別的直覺性不夠鮮明。而文物本身是最能提供故宮形象識別度，因此，此次改造精選更多的文物圖像，提高文物曝光率，並以展現大面積的文物具體圖像為前提。

在設計上，採用多寶格珍寶精選集錦（圖2）之概念作為主題意象，結合多寶格中「分割塊面」、「造型開光」、「雕花紋飾」等



圖2 | 清 雕紫檀多寶格方匣 國立故宮博物院藏 多寶格珍寶精選集錦



圖3 | 分割塊面 作者攝

視覺元素，發展出「格狀塊面文物布局」（圖3）與「透光鏤空紋飾」（圖4）等呈現手法，鏤空紋飾的設計，來自於象牙球上的紋飾（圖5），整體搭配相當和諧雅緻。在材質上，格狀塊面的骨架由鍍鋅方管（圖6）所組成，兩側牆上的每個文物畫面，皆為燈片與強化玻璃之組合；正面形象牆上的塊面圖像，則是以金屬直噴（圖7）的方式印於鋁板上，不採用燈片材質，如此可避免燈片光源影響電視畫面清晰度。

這樣的展示呈現如同珍寶匯聚，精彩的文物圖片有氣勢地以全圖或局部大圖之形式，錯落排置其中，彷彿放大版的多寶格開箱般，身歷其境，遊客可盡情飽覽文物動人細節。

此外，這藝文空間的文物選取原則有二：一為國人票選之人氣國寶，二為色彩（或細節）亮眼吸睛，在上述原則下，共選出36件文物。這36件文物中，耳熟能詳的超人氣國寶：〈鏤雕象牙雲龍紋套球〉與〈翠玉白菜〉，擺放於遊客出站映入眼簾的正面形象牆上，再



圖4 | 透光鏤空紋飾 作者攝



圖5 | 清 19世紀 廣東 鏤雕象牙雲龍紋套球 局部 國立故宮博物院藏 象牙球紋飾來源



圖6 | 鍍鋅方管骨架 作者攝



圖7 | 金屬直噴 作者攝

加上刻意與翠玉白菜巧妙連結的「穠芳依翠」等四個書法字，都可讓遊客直覺的與故宮識別產生連結。

這個多寶格裝置藝術在白天以多彩絢麗的型態與周遭店家共處，帶來一抹別緻的清新；到了夜晚，以夜光珍寶箱的姿態，閃耀出深邃動人神秘感。（圖 8）多寶格是乾隆皇帝的玩具箱，遊客在夜晚亦可透過肢體剪影效果（圖 9），與文物近距離互動，產生遊戲般的興味。

2. 正面形象牆加置外部輔助

士林站藝文空間的正面形象牆，承載著遊客第一印象的重要使命。此次改造，除了以大量的文物圖像增加故宮的識別性外，更是積極於正面形象牆上方，加設明顯有力的故宮 logo。（圖 10）圖像加上文字，兩者產生加乘效果，直接了當地將故宮識別傳達給遊客。

自 2010 年起，正面形象牆上已裝設 60

吋電視螢幕，放映故宮形象影片。但為強化識別度，故藉此換裝機會更換為 86 吋螢幕，讓所播放的故宮形象影片發揮更大功能。

此外，超人氣的〈翠玉白菜〉，除了透過文物圖像出現在正面形象牆外，亦以保麗龍模型外加 FRP（玻璃纖維）材質（圖 11），化身為翠玉白菜娃娃（以下簡稱小翠娃娃）大型公仔座落於牆前，俏皮可愛的姿態與在旁的實際文物圖像相互呼應。此公仔裝置，於公開首日即成為引人入勝的拍照打卡點，帶來極大宣傳吸睛效果。在疫情嚴峻期間，小翠娃娃也戴上口罩（圖 12），與時事呼應，融入民眾生活。

（二）提供明確的交通指引

以往故宮公車轉乘處的指標，都是透過捷運告示來指引民眾，除了內容與位置缺乏整體考量外，不時的有民眾反映資訊不夠清



圖 8 | 士林站藝文空間夜晚局部樣貌 作者攝



圖9 | 有趣的剪影互動 作者攝



圖10 | 正面牆上之故宮logo 作者攝



圖 11 | 刻畫細節中的保麗龍模型 作者攝



圖 12 | 戴上口罩的小翠娃娃公仔 張慧明攝



圖 13 指標動畫擷取畫面 製作廠商提供

楚明確，因此，此次換裝，在指標設計上，提供了更貼心的呈現方式。指標採動態與靜態兩種樣式，動態方式是以第一人稱鏡頭運鏡的動畫（圖 13），來引導遊客前往公車轉乘處；而靜態方式則是在最吸睛的小翠娃娃

公仔前方放置指標導引牌（圖 14），其內容更是以使用者需求為考量，將公車抵達故宮的位置作為分類依據（圖 15），讓遊客可以更清楚實用的掌握路線資訊。

二、捷運臺北車站

臺北車站是國內外旅客南來北往頻繁匯聚的大站，故宮捷運藝文空間在此擔負著形象宣傳的重責大任，此次改造之空間配置如下（圖 16），改造重點為同時呈現南院（圖



圖 14 指標導引牌 製作廠商提供



圖 15 公車抵達位置圖示 製作廠商提供

17)、北院(圖 18)的形象,抓住旅客目光,行銷故宮。

(一) 形象區：

北院形象區架設六臺 4K 電視,以輪播方式播出文物長卷動畫以及故宮展覽訊息。(目前播出:花氣薰人帖長卷動畫、故宮形象影片與展覽訊息),此六臺螢幕具有彈性組合播放機制,可以六臺同時播放一式長卷影片,

或者六臺各自獨立播出六則展覽資訊,或者兩兩一組播出三則文物賞析畫面,透過多元的呈現手法,讓遊客領略文物之美。

(二) 互動區：從 2D 到 3D 的雙層次展現

互動區由寬 18 公尺牆面與四臺直立電視所組成(圖 19),互動裝置的感應與回饋於 8 秒內完成,在短時間內即可抓住來往遊客的目光。

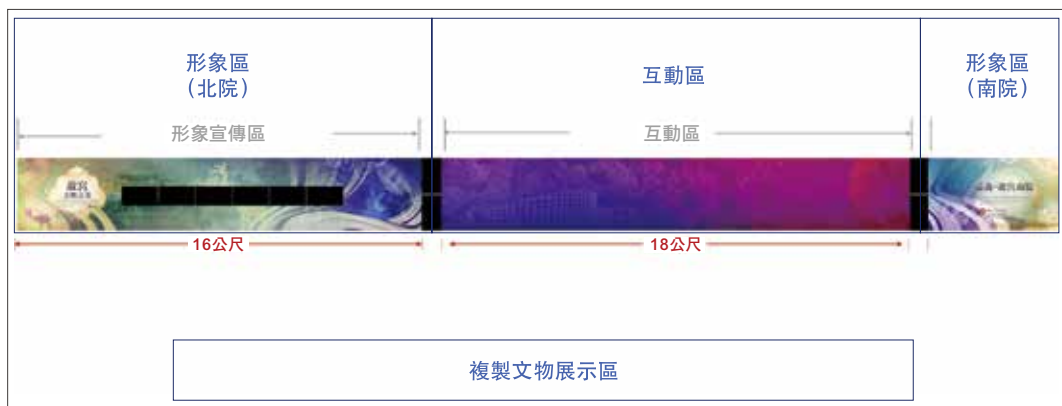


圖 16 | 臺北車站故宮藝文空間——新裝空間配置 作者繪製



圖 17 | 南院形象區 作者攝



圖 18 | 北院形象區 作者攝



圖 19 | 互動區牆面 作者攝



圖20 | 北宋 定窯 嬰兒枕 國立故宮博物院藏



圖21 | 東漢 玉辟邪 國立故宮博物院藏



圖22 | 清 乾隆 霽青描金游魚轉心瓶 局部 國立故宮博物院藏



圖23 | 宋至元 玉鴨 國立故宮博物院藏

互動裝置的機制為透過天花板上的魚眼感測器，捕捉來往遊客移動蹤跡，當電腦接收訊息後，隨即產生文物光影投射於牆面上，讓文物光影伴隨遊客同行前進。文物共有四種，擷選本院著名討喜的文物：北宋定窯〈白瓷嬰兒枕〉、東漢〈玉辟邪〉、清乾隆〈霽青描金游魚轉心瓶〉、宋至元〈玉鴨〉（圖20～23），將嬰兒枕國寶娃娃、玉辟邪、游魚、玉鴨等可愛造型建置為3D模型，並轉化成粒子光影（圖24），一對一同步跟隨移動中的遊客。（圖25）這些文物光影隨著遊客移動，直到進入直立螢幕中，跨入螢幕的瞬間，猶如穿過X光機，立即出現真實面貌。（圖26）這樣的互動以獨特動態手法，令人

苑爾會心一笑，重新詮釋了文物的觀賞角度。

（三）複製文物展區：從虛擬到真實的跨界展現

遊客在互動牆前，體會與文物同行的樂趣後，不妨轉身至廊道對面，找尋與四個文物光影相對應的實體本尊（複製文物），它們座落於立櫃當中（圖27、28），旁邊還有其他複製文物相伴。這一連串的觀賞歷程是具脈絡性的，吸引著遊客在動靜、虛實之間認識故宮文物，讓遊客更有感覺的與文物相遇。

此展區除了於立櫃中展出上述四個精彩文物外，也為書畫手卷、冊頁量身打造平櫃，展出能和士林站遙相呼應的文物複製品，例



圖 24 | 粒子光影國寶娃娃 作者攝



圖 25 | 互動過程：玉辟邪光影伴隨遊客遊走直到跨入螢幕 作者攝

如宋徽宗詩帖（圖 29）、清郎世寧百駿圖等。值得一提的是，此百駿圖非一般手卷，畫心處巧妙結合電視螢幕（圖 30），呈現出動態更迭變化的景緻，虛實交錯，饒具趣味。

（四）文創宣傳小物：將記憶帶回家

本院於 2020 年 1 月 7 日，在臺北車站展區，舉辦捷運故宮藝文空間換新裝開幕記者會（圖 31），邀約捷運公司共同出席。過程

簡單隆重，除了向媒體朋友們介紹藝文空間嶄新風貌外，同時大力展現故宮形象，並宣告走入民眾生活的企圖心。透過此次換新裝，本院也製作宣傳小物，依據互動區中的三個動物形象（游魚、玉鴨、玉辟邪）印製精美書籤。（圖 32）記者會中，將宣傳小物發放給與會來賓以及往來民眾，希冀能將現場互動之美好記憶帶回家，讓文物形象進入生活中。



圖 26 | 游魚光影跨入螢幕出現真實面貌 作者製



圖 27 | 立櫃 作者攝



圖 28 | 與互動影像呼應之複製文物 作者攝



圖 29 | 詩帖複製品 作者攝



圖30 | 百駿圖動態手卷 作者攝



圖31 | 開幕記者會會後採訪 陳麗春攝



圖32 | 文創書籤 作者攝

結語

在藝術公共化的聲浪中，建置無藩籬的博物館，從瞥見、接觸到喜愛這些文化資產，讓更多國內外民眾走進藝術世界裡，一直是博物館工作者所努力的目標。捷運場域給予本院一個絕佳的空間，可以自由展現此理念，讓人們在日常邂逅中，巧遇中華文化的藝術之美，自然而然的耳濡目染。此次的變裝更新，欣然看到了預期的成效：在士林站裡，

藝文空間的導引設置更多滿足了使用者的期待；在臺北車站，不時看見遊客不知不覺地與文物互動的景象，特別是那些流連忘返的親子身影，與一張張歡欣滿足的稚嫩笑容，著實讓人欣慰感動。

歡迎你近一點，再近一點！不知不覺靠近文物，在生活裡，讓文物伴你同行！

作者任於本院教育展覽處

註釋

1. 臺北市公共藝術認知調查是由遠見民調中心所執行的抽樣式電話訪問，調查時間為2011年8月18日至8月25日18:20至22:00。轉引自潘彥均，〈臺灣公共藝術設置目的之探討〉（臺北：臺北市立建國高級中學第七屆人文及社會科學專題研究，2012年4月），頁10。